

Le Marché Français du CRM

Novembre 2010

Thème

IDC prévoit une croissance du marché du CRM de l'ordre de 3,5% en 2010 après une année 2009 au cours de laquelle la forte dynamique enregistrée au cours de ces dernières années avait été cassée, alors emportée par les conditions économiques difficiles. Il convient cependant de noter que la crise a eu un impact considérablement moins fort sur le marché du CRM que celle du début des années 2000 : le marché avait alors chuté de 30% en 2001, puis avait été suivi de deux années en décroissance. En 2010, les applications d'automatisation des ventes orientées « conquête de nouveaux clients » sont de nouveau au centre des préoccupations, rejoignant le besoin qui ne s'est pas démenti pendant la crise en applications autour du marketing interactif et de la fidélisation des clients. La dépense en logiciels de CRM en mode SaaS représente pour sa part désormais un quart de la dépense en logiciels et continue de jouer un rôle de moteur fort pour la croissance du marché CRM dans son ensemble.

Sur l'ensemble de la période 2010-2014, IDC anticipe une accélération légère et continue de la croissance du marché, soutenue en particulier par une exigence accrue de verticalisation et des taux d'équipements encore très perfectibles en solutions de gestion des ressources marketing, de web analytics et de services clients. Par ailleurs, sur le marché des PME, les applications d'automatisation des forces de vente et de gestion des campagnes marketing continueront d'être très demandées.

Objectifs

- ▶ Donner une évaluation du marché du CRM pour aider les entreprises à mieux réaliser leur Business Plan.
- ▶ Présenter les segments porteurs, les solutions qui seront demandées pour permettre aux entreprises d'anticiper l'évolution de la demande.
- ▶ Présenter l'activité et le positionnement des principaux éditeurs présents sur le marché français.

Contenu

- ▶ Évaluation quantitative de la taille et de la croissance du marché 2008 à 2013. La quantification porte sur les revenus licences, maintenance des solutions CRM et sur les ventes de services associés.
- ▶ Analyse concurrentielle de près de 40 éditeurs sur les différents segments de marchés à l'aide de nombreux classements.
- ▶ Les vues présentées sont par segments technologiques (Marketing, Vente, Service Client), par types de revenus (Licences/Maintenance vx SaaS), par marchés verticaux et par taille des organisations clientes.